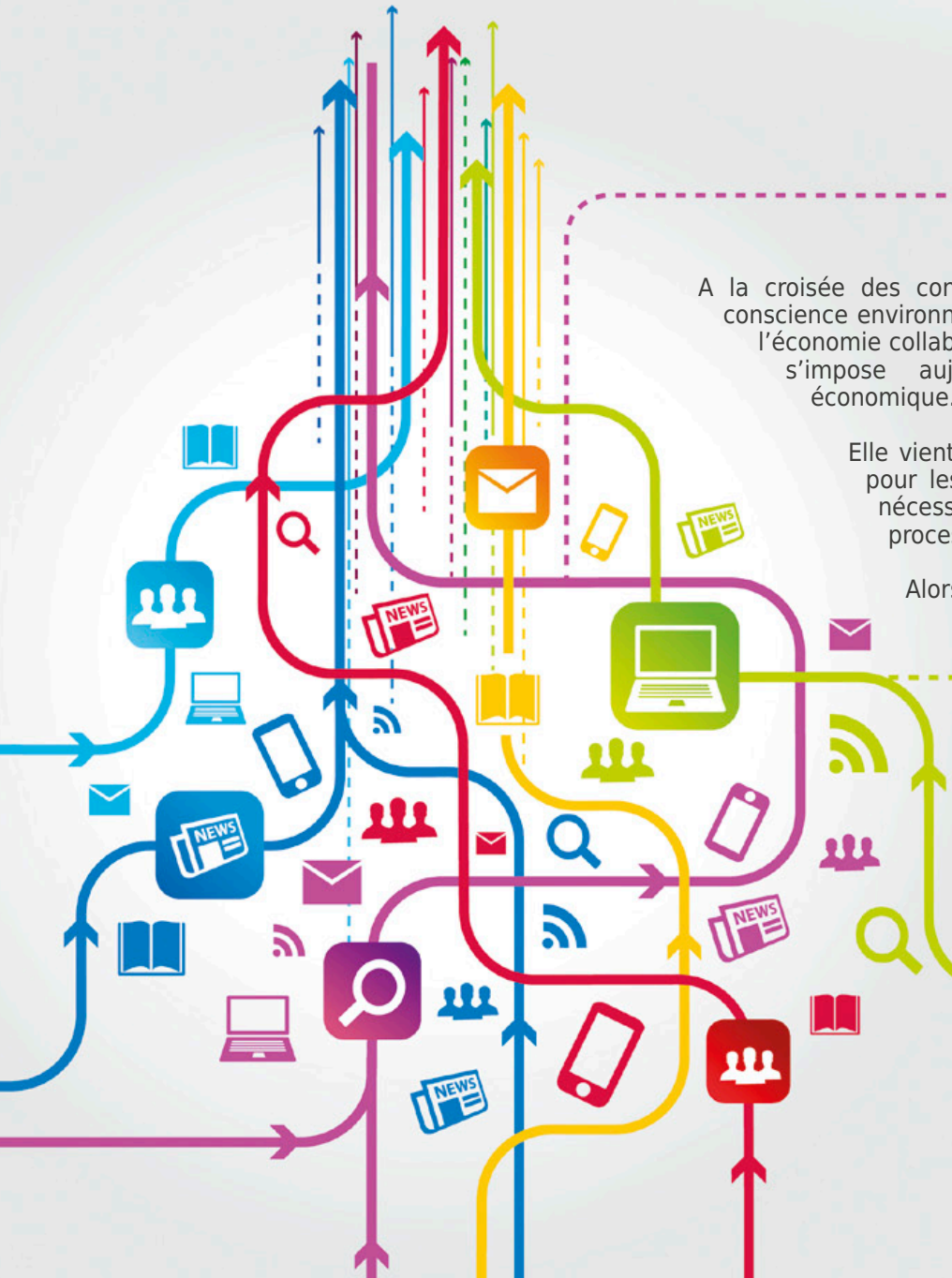
Des mots pour le dire,
un consommé d'articles pour réfléchir…

Lettre thématique n°16 - Décembre 2014

L'économie collaborative :

Mythe, mode ou réalité ?



A la croisée des contraintes économiques, de la prise de conscience environnementale et de l'innovation numérique, l'économie collaborative, tout d'abord née du système D, s'impose aujourd'hui comme nouveau modèle économique.

Elle vient bousculer les systèmes existants, tant pour les entreprises qui se trouvent face à la nécessité de repenser leurs offres et leurs process que pour les consommateurs.

Alors, modèle à suivre ?

CCI VENDÉE

L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE s'invente en France : gardons notre AVANCE

Consommation collaborative, production distribuée, finance participative, éducation et savoir ouverts. Ces mouvements nés de la rencontre de l'innovation numérique et sociale sont les piliers d'une nouvelle économie : l'économie collaborative. La France est un pays pionnier en la matière.

« Ce n'est pas une crise, c'est un changement de monde », prophétisait le philosophe Michel Serres. Cela fait plus de cinq ans que dure la crise, et l'économie française ne semble montrer aucun signe d'amélioration. Et s'il était temps de tout réinventer ?

Alors que la banque Lehman Brothers s'effondrait et emportait l'ancien monde dans sa chute, quelques poignées d'enthousiastes anonymes, éparpillés un peu partout entre l'Europe et les États-Unis, commençaient à expérimenter des façons inédites de consommer, fabriquer et échanger. Partage de voiture, échange d'appartements, recyclage d'objets, alimentation en circuits courts… Ces nouvelles pratiques avaient tout du système D. « En temps de crise on se débrouille, rien de nouveau sous le soleil! », pouvait-on entendre alors.

Quelques années plus tard, l'économie collaborative n'a plus grand chose du système D et s'apparente de plus en plus à un laboratoire de nouveaux modèles socio-économiques, centrés sur les échanges en pair-à-pair. La finance participative enregistre une croissance de 100% par an et BlaBlaCar, leader mondial du covoiturage, transporte déjà un million de personnes par mois en Europe.

UN MODÈLE DYNAMIQUE

A la croisée de l'innovation sociale et de la culture numérique, l'économie collaborative est à la fois un secteur dynamique, un modèle de transition et un choix de société. Elle pèserait déjà plusieurs dizaines de milliards de dollars. Surtout, elle laisse entrevoir la création d'emplois qualifiés, la revitalisation de l'économie locale, la réduction de l'empreinte énergétique des ménages et des entreprises, ou encore la réappropriation par les citoyens de leurs villes.

Richesse de l'offre, maturité des usages numériques, sensibilité sociale : la France est une terre d'accueil propice pour cette nouvelle économie. Les startups françaises du partage sont parmi les plus dynamiques au monde. Mais les plateformes en ligne ne sont pas tout. Partout sur le territoire les espaces de coworking, les FabLabs et les makerspaces fleurissent.

Pourtant, la plupart des acteurs économiques et politiques ne parviennent pas encore à s'approprier ce phénomène inédit. En cause : la difficulté des entreprises traditionnelles à appréhender des modèles à rebours des modes d'organisation établis.

DU CÔTÉ DES POUVOIRS PUBLICS

Les récentes tensions au sujet de la légalité des services collaboratifs et leur supposée concurrence déloyale aux acteurs historiques révèlent un climat de confusion au sein même de nos institutions. Du côté des pouvoirs publics, les initiatives récentes comme le soutien à l'essor du crowdfunding, le Forum de l'économie collaborative à Bordeaux ou encore l'initiative French Tech lancée par Fleur Pellerin, restent encore trop isolées malgré l'excellent accueil que leur réserve l'écosystème tout entier.

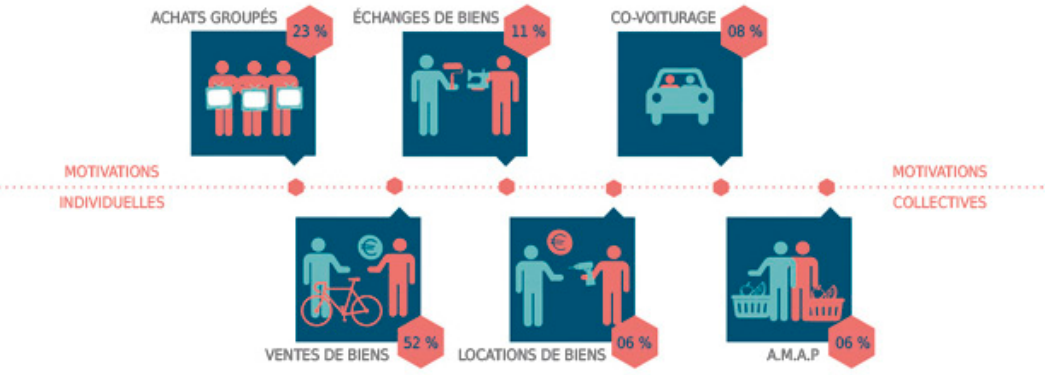
Extraits - Le Monde.fr | 27.05.2014
Collectif d'auteurs

**AMAP : association pour le maintien d'une agriculture paysanne*

FabLab = atelier de création numérique
Laboratoire de fabrication, qui vise à mettre les technologies à la disposition d'usagers non spécialistes. Encadré par une charte régie par le Massachusetts Institute of Technology de Boston. Objectifs : réparer, détourner les technologies, concevoir des prototypes, partager des savoirs.

Makerspaces
Terme générique pour les laboratoires collectifs voire collaboratifs ouverts offrant un lieu, du matériel et des moyens au plus grand nombre pour mener des projets partagés avec une communauté. Le leitmotiv : «apprendre en faisant».

LES PRATIQUES COLLABORATIVES DES FRANCAIS



Source :Les Français et les pratiques collaboratives, IPSOS, 2012

French Tech
Mouvement de mobilisation collective pour la croissance et le rayonnement des startups numériques françaises lancé par le Gouvernement.

De quoi parle-t-on ?

Mots clés retenus

ECONOMIE DU PARTAGE (SHARE ECONOMY) = ÉCONOMIE COLLABORATIVE
Désigne un modèle économique où l'usage prédomine sur la propriété : l'usage d'un bien, service, privilège, peut-être augmenté par le partage, l'échange, le troc, la vente ou la location de celui-ci.
(wikipedia)

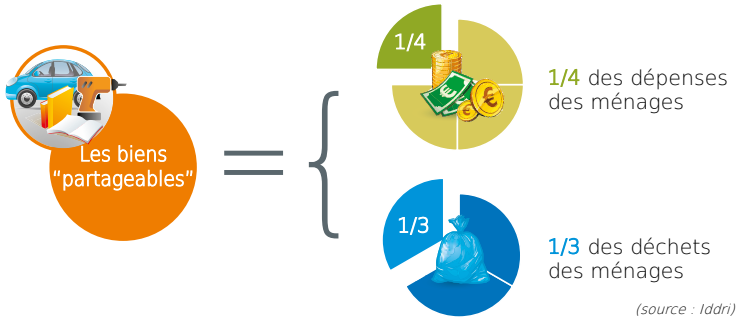
L'économie collaborative, ou économie du partage, promeut une vision distribuée de l'économie. Le consommateur devient alors partie prenante de la production en mettant son bien à disposition de tiers : le propriétaire d'une voiture la loue à des conducteurs sans véhicule, le particulier loue sa chambre d'amis inoccupée à des touristes. Cette mutualisation des biens permet d'en intensifier les usages. En effet, la logique de partage permet à un grand nombre d'individus de bénéficier d'un nombre restreint de biens, sans pour autant devoir limiter leurs besoins. L'accès aux biens s'accroît, sans impliquer une intensification des activités polluantes, comme l'illustre notamment les pratiques de covoiturage.
http://www.paristechreview.com/2013/05/28/croissance-durable-economie-fonctionnalite/

ECONOMIE DE FONCTIONNALITÉ
Modèle de production, de distribution et de consommation de services qui repose sur le passage de la vente d'un bien à la vente de son usage. La valeur d'un produit réside désormais dans sa fonction.
http://economiedefonctionnalite.fr/

L'économie de fonctionnalité consiste à vendre l'accès aux fonctions d'un bien, plutôt que le bien lui-même. Dans cette configuration, par exemple, le consommateur n'achète plus un véhicule mais sollicite un prestataire lui fournissant un service de mobilité, le professionnel n'investit plus dans un photocopieur, mais contracte une solution d'impression. L'économie de fonctionnalité entend ainsi participer à un développement durable sans pour autant risquer de peser sur la croissance économique.
http://www.paristechreview.com/2013/05/28/croissance-durable-economie-fonctionnalite/

ECONOMIE « PAIR TO PAIR »
Le peer-to-peer est une dynamique sociale qui permet aux individus de s'organiser entre eux pour créer de la valeur en commun. Quand on conçoit un produit pour le marché, on est dans une logique de rareté, donc dans l'obsolescence programmée. En revanche, si c'est une communauté qui conçoit le produit, on va naturellement vers la durabilité. Tout l'enjeu est donc de mettre en place une économie basée sur la demande, et non plus sur l'offre. Nous avons besoin de produire collectivement, de travailler en fonction des besoins, de développer un mode de production à la demande.
Michel Bauwens, théoricien du modèle peer-to-peer, créateur de la Fondation P2P

COMMUNAUX COLLABORATIFS
Cette troisième voie (au-delà du binôme « capitalisme ou socialisme ») est une forme d'organisation sociale fondée sur l'intérêt de la communauté plutôt que sur la seule satisfaction des désirs individuels, et rendue possible par la troisième révolution industrielle, dans laquelle Internet nous a fait entrer.
La nouvelle société du coût marginal zéro - Jeremy Rifkin



Pour aller plus loin…

La nouvelle société du coût marginal zéro
Jeremy Rifkin
Editions Les Liens qui libèrent, 09/2014

Economie du partage : enjeux et opportunités pour la transition écologique
Iddri, n°03/14 - 07/2014
www.iddri.org

La vie share, mode d'emploi
Anne-Sophie Novel
Editions Alternatives, 05/2013

L'économie de la fonctionnalité, une voie nouvelle pour un développement durable ?
Gérald Gaglio, Jacques Lauriol, Christian du Tertre
Octarés, 09/2011

Le succès de l'économie collaborative n'est pas seulement dû à la crise, il est également lié aux valeurs partagées par 75% des français qui en sont adeptes. Pour 72% des personnes interrogées, les pratiques collaboratives véhiculent l'image d'un système de proximité, à visage humain (68%) et perçu comme plus respectueux de l'environnement (61%).
Observatoire de l'Economie Collaborative / Ifop avril 2014

L'Economie Collaborative : menace ou opportunité ?

Partage, échange, troc, location… on observe depuis quelques années un véritable engouement pour de nouveaux modèles de consommation reposant sur l'accès à des biens et des services, plutôt que sur leur acquisition. De nouvelles start-up se créent ainsi chaque jour et bousculent des industries entières, souvent au détriment des acteurs en place. Dès lors, en tant que dirigeant d'entreprise, comment anticiper la déferlante et transformer cette menace en opportunité ? (…)

Phénomène de mode ou tendance de fond, l'économie collaborative (ou sharing economy) est bel et bien là et semble s'installer comme une alternative pérenne. Elle menace ainsi les modèles existants en changeant non pas ce que les gens consomment mais la manière dont ils le consomment. Et ce phénomène touche aussi bien les activités B2C que B2B : l'essor des réseaux sociaux d'entreprise, du cloud computing, du partage de bureaux ou des plateformes de mise en relation… en sont quelques illustrations du côté professionnel. (…)

La situation semble à priori compliquée pour les acteurs traditionnels… et pourtant tous les espoirs sont permis, à condition de se poser rapidement les bonnes questions !

La première question à se poser est : **comment rendre sa propre entreprise plus collaborative en interne et avec l'ensemble de ses parties prenantes** (fournisseurs, clients, investisseurs, partenaires) ? A titre d'exemple, en matière de relation client, on peut envisager de créer un club de clients pour faciliter l'échange de nos produits d'occasion. Bien sûr, le risque est que, s'ils s'échangent nos produits, ils en achèteront moins. Mais en réalité, cela contribue à créer un fort sentiment d'appartenance à une communauté et donc une plus grande fidélité vis-à-vis de la marque. Mettre plus de collaboratif dans son entreprise fait peur car cela nous donne l'illusion de perdre la maîtrise de nos liens avec nos interlocuteurs et nous fait courir le risque de nous faire court-circuiter. Mais, au final, les externalités positives compensent largement les risques.

Ensuite, la seconde question à se poser est : **comment repenser son propre business model à l'aune des principes de l'économie collaborative ?** Cela ne signifie bien sûr pas qu'il faille changer du jour au lendemain de business model mais qu'il peut être intéressant de tester à petite échelle, éventuellement en créant une structure agile ad hoc (en mode lean start-up) permettant d'expérimenter des modèles plus ouverts. A titre d'exemple, Danone a lancé en 2005 Danone Communities, un fonds dont la mission est de financer et de développer des entreprises locales, avec un modèle économique pérenne, tournées vers des objectifs sociaux : faire reculer la pauvreté et la malnutrition. Ainsi plutôt que de subir la concurrence d'acteurs locaux plus agiles et plus low cost, Danone a décidé d'encourager des initiatives locales à caractère social. Cela lui permet de renforcer sa présence tout en développant une image positive auprès des consommateurs.

Enfin, une autre question à se poser est : **comment capter une part de la valeur générée par les start-up de l'économie collaborative ?** Les entreprises traditionnelles possèdent souvent des actifs clés dont elles ne sont pas conscientes et qui constituent des leviers importants pour développer une approche collaborative. Cela peut être une base de clients, une présence locale, un réseau de partenaires commerciaux, des fournisseurs exclusifs, une technologie brevetée… Plutôt que d'essayer de nager à contre-courant, la meilleure stratégie est donc souvent d'encourager les initiatives innovantes portées par d'autres acteurs en devenant partie prenante. Mettre ses actifs clés au service du développement d'une démarche collaborative dans son secteur d'activité permet d'une part de valoriser des actifs parfois sous-exploités et d'autre part de s'assurer une part de revenus en cas de succès et de cannibalisation de son activité cœur.

En bref, toute entreprise quelle que soit sa taille ou son secteur d'activité peut trouver dans les modèles collaboratifs une source d'inspiration et de renouvellement, à condition de faire preuve d'un peu d'ouverture…

Extraits – Chef d'entreprise.com - Publié le 13/03/2014 par Raphael Beziz

Quel impact pour l'entreprise

Mots clés retenus

COMMENT L'ECONOMIE DE FONCTIONNALITÉ CHANGE LA DONNE

Avec l'économie de la fonctionnalité, les industriels restent propriétaires de leurs produits et louent l'usage (ou le service associé). Ils ont donc tout intérêt à :
- Optimiser la location (optimiser le taux de remplissage des produits / éviter leur sous-utilisation)
- Améliorer l'usage (améliorer le taux d'utilisation des produits)
- Eco-concevoir les produits, selon les préceptes de l'économie circulaire (penser en « coût global » et réintégrer les ressources cachées)

L'économie de fonctionnalité permet ainsi de sortir d'un bien ou d'un produit « amélioré » (toujours plus d'options pour que les marques se différencient et maintiennent des prix élevés) pour passer à une vraie solution intégrée (les industriels réfléchissent à de vrais services imbriqués et fonctionnels, en éliminant les options superflues qui leur coûtent davantage).

L'échelle adaptée à ce maillage est l'échelle territoriale. Ce niveau permet aux industriels de repenser leur sphère fonctionnelle (coopération avec de nouveaux acteurs), de mieux percevoir les ressources mobilisables et d'adapter le service au contexte local.

Thibault Merz - Noveterra.com 07/2014

Les sociétés industrielles évolueront dans deux directions :
- Elles continueront de produire, mais moins, et vendront un service lié à l'objet qu'elles produisent.
- Elles devront s'adapter au développement de l'open-source : l'industriel fournira les pièces détachées ou bien la matière nécessaire aux petites communautés d'individus qui fabriquent eux-mêmes, ou maintiennent les objets dont ils ont besoin dans des fablabs.

Dominique Bourg, Le Monde 20/09/2013

NON-CESSION DES DROITS DE PROPRIÉTÉ, LEVIER D'UN NOUVEAU MODÈLE VERTUEUX

La non-cession des droits de propriété assure la maximisation de la rente d'un prestataire de services, tout en lui permettant de gérer au mieux l'ensemble des coûts liés au cycle de vie de ses produits.
Les prestataires de services intègrent dès le départ dans le coût de revient des produits, les coûts de fonctionnement, de maintenance, d'entretien et de destruction. Ce qui constitue une formidable incitation à limiter leur dépense énergétique, depuis la conception du produit jusqu'à sa réintroduction sur le marché.

http://www.paristechreview.com/2013/05/28/croissance-durable-economie-fonctionnalite/

ECONOMIE DU PARTAGE ET B2B

Les ressources coûteuses et sous utilisées peuvent être mises à disposition d'autres entreprises, afin de les rentabiliser.
- Partager une salle de réunion – louer des espaces inoccupés
- Réduire le coût d'un poste de travail

Le partage de locaux débouche aussi sur des rencontres, souvent originales et, potentiellement créatrices d'opportunités business.

Arnaud Katz - Les Echos.fr 11/09/14

COWORKING

Le co-working (ou co-travail) est un mode de fonctionnement fondé sur le travail collaboratif et en réseau. Il propose à la fois un lieu de travail partagé et une mutualisation des compétences de chacun grâce au réseau constitué, facilitant ainsi les échanges, la créativité, voire l'émergence de projets communs.

www.apce.com

ENTREPRENEURIAT COOPÉRATIF

Privilégiant, dans la durée, la constitution de patrimoines collectifs à l'enrichissement personnel de ses membres, l'entrepreneuriat coopératif est une alternative crédible aux autres formes d'entreprises. Il prouve que l'économie peut, et sans rien perdre de sa performance, s'appuyer sur des valeurs aussi essentielles que la participation, la solidarité et la primauté du facteur humain sur celui du capital.

Alliance coopérative internationale - http://ica.coop/fr/

Pour aller plus loin…

L'avènement de la consommation collaborative : quel modèle économique en France en 2030 ?
iLokYou.com, 04/2013

Méthode NOVUS
Nouvelles Opportunités Valorisant l'Usage et le Service
Méthodologie structurée pour accompagner les entreprises dans leur transition vers l'économie de fonctionnalité.
http://www.methode-novus.net

http://coops.fr
Fédération des acteurs de l'économie *coopérative, collaborative, solidaire et sociale*

www.loco-numerique.fr :
espace de co-working et de télétravail à la Roche-sur-Yon

Crowdfunding : un mode de financement complémentaire pour les PME

Pour pallier un manque de financement, les PME peuvent aussi faire appel aux internautes.

C'est un lieu commun de le dire : l'entrepreneur innovant est en manque de financement d'amorçage. Le socionaute veut faire de la banque, mais sans les banques. C'est la fin – de fait – du monopole bancaire : l'internaute investit et prête en direct.

Entre en scène le Crowdfunding, ce marché public de financement de projets qui bouscule l'ordre social. Né pour financer les artistes, le Crowdfunding croît à telle vitesse qu'il est devenu un mode incontournable de financement des entreprises, quelle que soit leur taille. Après 15,6 millions d'euros levés dans le monde en 2013, il est estimé que 3,8 milliards d'euros atteindront les entrepreneurs via ces plateformes en 2014. Toutefois, le phénomène représente encore un faible pourcentage du Private Equity(1) mondial, à 835 000 milliards d'euros en 2013.

C'est au travers d'un portail internet que chacun y trouve son compte. Le tout participatif s'introduit dans le quotidien des entreprises dès leur genèse et les accompagne tout au long de leur cycle de vie. Mais l'investisseur n'est pas un mécène et investissement demande contrepartie.

À chaque projet son mode de financement

C'est aussi vrai sur les plateformes sociales : des start-ups aux PME internationales, toutes peuvent faire appel à une donation, à un investissement sous forme de dette ou en actions. Ce sont les projets sous forme AON («All-or-nothing») qui ont les plus fortes chances de succès : plus matures et pour des montants plus élevés, ils sont validés par la communauté soit en totalité, soit pas du tout. Communiquer sur une plateforme de Crowdfunding permet de faire valider un projet par l'intelligence de cette foule d'investisseurs diversifiés. C'est un cercle vertueux de la levée de fonds : en «shark-tankant» ainsi le projet, la PME facilitera son accès aux fonds traditionnels et rassurera le banquier.

De la variété nait l'opportunité

Le nombre de plateformes qui ont pour vocation de flécher l'épargne vers l'économie réelle est en croissance exponentielle. Elles offrent un grand nombre de possibilités à des prix variés, allant de 5 % à 12 % des montants levés ; certaines facturent aussi des frais de transaction. Cette effervescence génère une multiplication des demandes en financement et certains projets se perdent dans la masse. C'est en choisissant la bonne plateforme et les bons prix que l'entrepreneur augmentera les probabilités de réussites de son projet.

Qui dit internet, dit KYC

La mode du Know-Your-Customer s'applique nécessairement au Crowdfunding. La plateforme d'échange permet un dialogue ouvert entre entrepreneurs et investisseurs, ce qui soulève autant de risques que d'opportunités. Le risque principal pour le porteur de projet est de devoir faire face à une horde d'investisseurs déçus qui deviendraient ses anti-ambassadeurs.

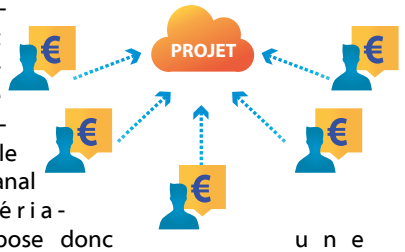
Les investisseurs, quant à eux, ne sont souvent pas en mesure d'analyser les risques inhérents à chaque projet et c'est le marketing mis en place qui pèse le plus lourd dans leur décision. Conseil et entrepreneur doivent ensemble préparer une communication appropriée reflétant sincérité, innovation et sécurité pour engager les investisseurs les plus passionnés. C'est l'opportunité de créer une communauté de clients-investisseurs, patrons du projet.

Une fois n'est pas coutume

Les nouvelles règlementations en Europe et aux États-Unis vont faciliter et sécuriser les échanges sur les plateformes de Crowdfunding. Dès octobre 2014 en France, les investisseurs n'auront plus besoin d'être qualifiés pour prendre part au financement participatif, tandis que les plateformes devront être agrémentées par l'AMF en tant que Conseillers en Investissements Participatifs.

Les investissements sont limités à 1 million d'euros par projet et mille euros par investisseur individuel. En Belgique, la limite est à 300 000 euros par projet et 1 000 euros par investisseur individuel. Toutefois, ce n'est ni le rôle ni le métier des plateformes que d'analyser les risques liés aux projets : le filtre qu'elles mettent déjà en place n'est pas toujours suffisant.

Stratégie complémentaire



Le financement participatif de l'économie réelle via un canal dématérialisé propose donc une excellente réponse aux besoins des entrepreneurs et des investisseurs. Ce secteur en croissance attire les grands groupes comme Google et Amazon, qui développent leurs propres plateformes.

Les nouvelles règlementations le limitent, mais le Crowdfunding devient une stratégie complémentaire pour les PME dans la levée de fonds traditionnelle. Il s'inscrit par ailleurs en tant qu'outil de communication à forte valeur ajoutée. Le plus hasardeux est de gagner en légitimité tout en choisissant les bonnes méthodes de financement (don, dette ou Equity).

Le recours au Crowdfunding, davantage encore pour des sociétés en croissance, devra être précédé d'une vraie stratégie. Selon les cas, la PME tonifiera son offre par une demande de financement équilibrée entre appel public à l'épargne et financement traditionnel. La double validation communauté/fonds traditionnel aura un effet de levier, lui facilitant le cas échéant l'accès aux dettes bancaires.

Le Cercle Les Echos 25/09/14
Thibault Verbiest

(1) Le terme anglais private equity désigne les titres financiers de sociétés qui ne sont pas cotées sur un marché

Know your customer (KYC) = connaître son client
Procédure qui vise à collecter et à surveiller des informations sur son client, dans le but de s'assurer de sa probité et de son intégrité. Obligatoire en matière de lutte antiblanchiment.

Le financement participatif

Mots clés retenus

FINANCEMENT PARTICIPATIF

Technique de financement de projets innovants ou de création d'entreprise grâce à la collecte de fonds auprès d'un grand nombre de personnes par l'intermédiaire de plates-formes sur Internet.

Définition CERAL (Centre d'Etudes des CCI de Rhône Alpes) 09/2014

3 PRINCIPALES FORMES DE FINANCE PARTICIPATIVE :

- Le don : peut se faire avec ou sans contrepartie. Celle-ci n'est toutefois pas monétaire, souvent symbolique (le DVD du film financé par exemple)
- Le prêt, rémunéré ou non, s'effectue entre pairs. Une communauté de prêteurs investit une somme prêtée à des particuliers ou à des entreprises contre une rémunération autour de 5%
- Le financement participatif en capital : permet à une entreprise de lever des fonds. L'investisseur prend une participation dans la société sous forme d'actions

Franc succès pour la finance participative / Etienne Goetz / Les Echos 25/07/2014

INTÉRÊTS POUR UN PORTEUR DE PROJET :

- Préparer une campagne de crowdfunding, c'est apprendre à se présenter et à communiquer sur son projet.
- Le financement participatif sur Internet permet à l'entrepreneur d'obtenir des retours (feed-back) par des clients potentiels et donc d'adapter son offre (premier test du marché).
- L'un des principaux avantages du crowdfunding, c'est qu'il permet de fédérer une communauté autour de son projet (clients, collaborateurs, fournisseurs). Bien souvent cette communauté est active et n'hésite pas à communiquer et faire de la publicité pour le projet qu'elle soutient
- Proposer un projet sur une plateforme de financement participatif, c'est également réaliser une campagne de communication à moindre frais.

http://www.lexpress.fr/emploi/crowdfunding-quels-avantages-pour-un-entrepreneur_1178249.html

INTÉRÊTS POUR LE GRAND PUBLIC

- Le crowdfunding présente une forte dimension affective surtout chez les prêteurs à titre gratuit et les donateurs. Les projets financés sont généralement ceux de proximité, doublés du respect de certaines valeurs (développement durable, promotion des produits du terroir ....)
- Profiter de contreparties symboliques (invitation à une inauguration ...)
- Avantages fiscaux (18% pour l'IR et 50% pour l'ISF sous conditions)

Crowdfunding et tourisme : une alliance naissante / Rudi Fievet/ Juristourime 09/2014

PLATEFORMES DE PRÊT

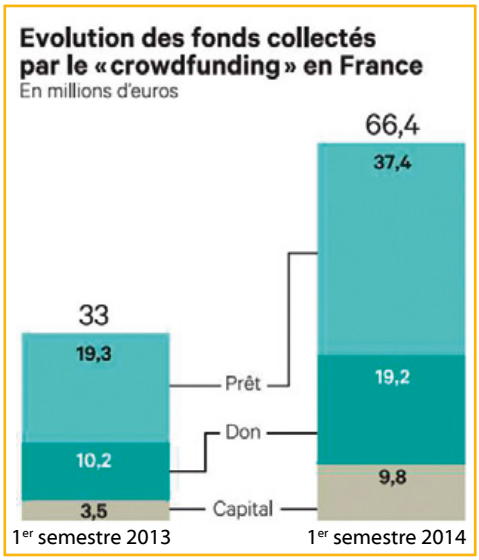
Le financement participatif fait se rencontrer porteurs de projet et public investisseur via des plateformes en ligne.
Il existe une quarantaine de plateformes françaises qui représentent l'essentiel du marché français du crowdfunding.
Faisant face à leur multiplication, les plateformes sont rentrées dans une optique de spécialisation (géographique, sectorielle ou communautaire).

Etude Precepta, 09/2014

CROWDLAUCHING (LANCEMENT PAR LA FOULE)

Propose à des créateurs de les aider dans le processus de commercialisation de leur produit. À la différence du crowdfunding, le crowdlaunching concerne un produit déjà réalisé et financé et intervient durant les étapes précédant son entrée sur le marché.
À travers différents outils proposés, la plateforme va aider le créateur à récolter des fonds auprès de capital-risqueurs et à développer sa stratégie marketing.
Le but ? Le placer dans des conditions optimales pour qu'il obtienne de meilleurs résultats dans la vente de son produit fini.

http://www.goodmorningcrowdfunding.com



Pour aller plus loin…

Association Financement Participatif France
http://financeparticipative.org/

Le crowdfunding ou financement participatif en France - Consolidation du marché et business models
Etude PRECEPTA,
09/2014

Ordonnance n°2014-559
du 30 mai 2014 relative au *financement participatif*

Décret n°2014-153
du 16 septembre 2014 relatif au *financement participatif*

1 000 euros : c'est le montant limite investi en crowdfunding par projet et par créancier, dans le cadre d'un crédit rémunéré. Si un investisseur veut prêter plus d'argent, il pourra le faire sur d'autres projets. Le prêt sans intérêt est pour sa part plafonné à 4 000 euros par prêteur et par projet.

Un million d'euros : il s'agit du plafond que les porteurs de projet pourront emprunter pour une seule et même initiative.

Sept ans : c'est la durée maximum d'un prêt rémunéré.

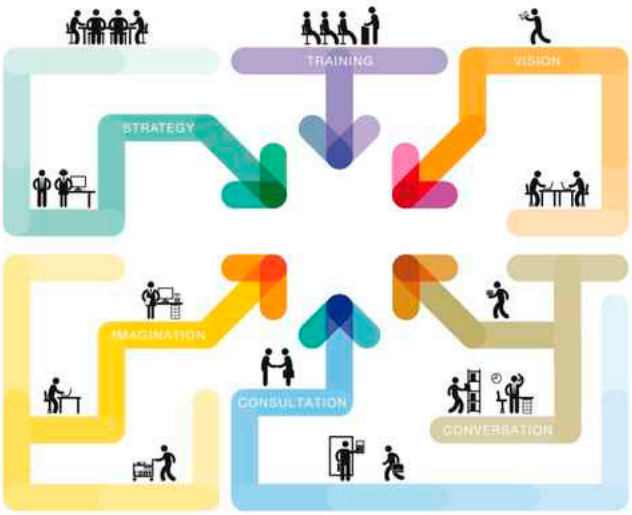
Décideurs, stratégie finance droit 23/09/2014

Vers une économie OPEN SOURCE : une nouvelle révolution industrielle

Vous avez peut-être déjà entendu parler de Wikispeed, le projet de voiture open source lancé par Joe Justice à Seattle. Vous pensez peut-être qu'une « voiture open source » est une idée paradoxale. En fait, cela a beaucoup de sens.

Wikispeed publie des plans open source pour une voiture qu'ils construisent eux-mêmes avec des matériaux standards que l'on peut trouver dans n'importe quel magasin de matériel. L'idée que toute personne ayant un accès à Internet peut télécharger les plans, construire sa propre voiture avec, la tester, améliorer la conception et la republier. Et c'est comme ça que font les centaines de personnes qui y participent déjà.

Ce n'est donc par un groupe de fous dans leur garage. C'est un mouvement cohérent, touchant tous les domaines, et en changeant la façon dont nous travaillons. Il reste beaucoup de questions à résoudre, mais il ne fait aucun doute que ce mouvement aura un impact durable sur notre société. Et que c'est déjà en train de se produire.



Un nouveau modèle industriel

Mais qu'est-ce qui rend ce mouvement cohérent ? Tous les projets open source partagent le même modèle :

» *Ne protégez pas vos connaissances. Partagez-les.*

C'est probablement la chose la plus difficile à comprendre dans notre société de la connaissance fortement protégée par les brevets, marques et droits d'auteur. Mais un modèle open source permet l'émergence d'une communauté qui vaut peut-être beaucoup plus que le droit d'auteur que vous protégez. Alors vous avez besoin de passer de «Ne me copiez pas !" à "S'il vous plaît, copiez ce que nous faisons, utilisez-le dans un autre marché, améliorez-le et essayez-le de manière que nous n'avons pas encore essayées".

» *Construisez un réseau basé sur des standards ouverts.*

Pas besoin d'une entreprise pour contrôler tout le monde. Les gens pourront rejoindre la communauté comme ils le souhaitent et faire des choses auxquelles vous n'auriez jamais pensé. Les Standards Ouverts sont essentiels car ils sont ce qui vous assure que vous pouvez utiliser vos améliorations avec celles des autres.

» *Adoptez une gouvernance horizontale, ouverte à la contribution.*

Comme il n'y a pas de hiérarchie entre les entités du réseau, il n'y aura pas de patron pour décider ce qui doit être fait. Les décisions doivent donc être prises sur une base de consensus afin que tout le monde dans la communauté se sente pris en compte.

» *Produisez localement et adaptez.*

C'est le cœur de l'open source. Un nouveau groupe peut émerger n'importe où, utiliser ce que vous avez conçu pour ses propres besoins, et l'adapter à sa réalité locale. Vous pouvez télécharger votre prochain meuble, par exemple, couper les morceaux dans un atelier près de chez vous, et l'adapter à votre propre salon. Oubliez les meubles en kits ennuyeux "j'ai-le-même-chez-moi" !

open source

Extraits - Magazine.ouishare.net/fr/ - 20/06/2014
Sylvain Le Bon

Production contributive

Mots clés retenus

PRODUCTION CONTRIBUTIVE
Consiste à créer un produit ou un ouvrage de façon collaborative.
C'est une extension à la sphère matérielle des modes de production contributifs et distribués pratiqués dans la sphère immatérielle du logiciel libre notamment.

www.lelabo-ess.org

OPEN SOURCE (= CODE SOURCE OUVERT)
L'open source est une idée qui a pris naissance dans le monde du logiciel, mais a inspiré et bousculé bien d'autres domaines depuis.
L'open source a montré aussi que l'on pouvait fédérer et organiser les efforts d'un grand nombre de personnes sur un projet commun. Il était précurseur de ce qu'on a appelé plus tard le «crowdsourcing», ces projets qui impliquent un grand nombre de contributeurs bénévoles, dont la réussite emblématique est celle de Wikipedia. Avec un double crédo : d'une part la connaissance est un bien commun qui doit être accessible à tous sans barrière économique, d'autre part les citoyens peuvent gérer eux-mêmes ce patrimoine, dans le cadre d'une organisation décentralisée, et d'une gouvernance ouverte.

Patrice Bertrand, www.latribune.fr

OPEN DATA
L'Open Data désigne le mouvement visant à rendre accessible à tous via le web les données publiques non nominatives ne relevant ni de la vie privée et ni de la sécurité collectées par les organismes publics.
Ce mouvement de libéralisation des données est encadré au niveau européen suite à la directive 2003/98/CE du conseil de l'Europe en date du 17 Novembre 2003.

www.data.gouv.fr

OPEN INNOVATION
Il s'agit d'une innovation basée sur le partage et l'appel à des ressources externes. Elle se traduit entre autres par l'utilisation de licences libres et de plates-formes collaboratives qui permettent de solliciter des communautés créatives.

La Lettre de l'Intelligence Economique et de l'Innovation de CCI France - 10/2014

TECHSHOP
Atelier accessible sur abonnement, qui permet à ses membres d'accéder à des outils, à de l'équipement, à de l'instruction et à une communauté de gens créatifs et de soutien, afin de fabriquer les choses qu'ils ont toujours voulu fabriquer.

FabLAbs, Makerspaces : entre nouvelles formes d'innovation et militantisme libertaire / François Bottollier-Depois, HEC Paris - 2012

MAKERS / MAKERSPACES
Ce nouveau modèle productif repose sur l'innovation libre et collaborative (open source) au sein de communautés de makers et de clients. Et tout comme les professionnels du numérique qui se retrouvent dans des espaces de co-working (La Cantine à Paris, Toulouse, Nantes, etc.), les makers disposent de makerspaces où ils trouvent des machines, des conseils et d'autres passionnés.

Makers : la nouvelle révolution industrielle / Chris Anderson, 2012

CO CRÉATION
La co-création consiste, pour une entreprise, à développer des produits ou services en collaboration active avec ses clients et ce, de façon durable. La co-création permet :
- de clarifier les besoins du client
- de mettre à profit des sources d'innovation extérieures à l'entreprise
- d'abaisser certains coûts
- d'améliorer la qualité
- d'encourager les clients à explorer de nouveaux usages du produit

http://fr.slideshare.net/ecocentric/la-cocreation-ou-comment-innover-avec-le-client

HACKATHON
Destinés aux développeurs, designers et autres férus de technologie, les « hackathons » désignent des événements collaboratifs de programmation informatique. Après avoir constitué des équipes, les participants sont mis au défi de développer des nouvelles applications sur un thème particulier en un temps record, généralement en l'espace d'un week-end.

Sharon Wajsbrot, Les Echos 08/10/2014

Pour aller plus loin…

Fab Lab : l'avant-garde de la nouvelle révolution industrielle.
Fabien Eychenne
FYP Editions, 2012

Makers : la nouvelle révolution industrielle
Chris Anderson
Pearson, 2012

http://zbis.fr
micro-usine locale et partagée en Vendée

Fab Lab

- Un « fab lab » est un **atelier ouvert** donnant accès aux outils de fabrication moderne (impression 3D, découpe laser ...). Ils peuvent être destinés à la formation, à la conception de prototypes ou à la fabrication en très petites séries (pièces de rechange ...).
- Le concept est né à la fin des années 199 au Massachussets Institute of Technology (MIT). A l'origine, il s'agissait d'un réseau mondial d'ateliers locaux pour **stimuler l'innovation** et la production à petite échelle.
- Aujourd'hui, ce réseau compte **plus de 400 ateliers** dans le monde (une cinquantaine en France), respectant une charte établie par le MIT.
- D'autres modèles d' « **ateliers de fabrication numérique** » ont fait leur apparition.
- Ils peuvent être destinés à al formation, à la **conception de prototypes** ou à la fabrication en très petites séries (meubles, pièces de rechange ...)
- Beaucoup de ces ateliers sont issus du **monde associatif**, de l'**enseignement** ou de l'économie sociale et solidaire. Mais des **modèles privés**, internes aux entreprises ou mutualisés commencent à apparaître.

L'entreprise est-elle l'avenir des « fab labs ? », Les Echos 23/09/14

La consommation COLLABORATIVE, le nouveau BON PLAN

Fondée sur l'optimisation des usages et l'échange entre particuliers, la consommation collaborative a le vent en poupe. Elle se professionnalise et inquiète les acteurs de l'économie traditionnelle.

Loger chez l'habitant le temps d'un week-end via le site Internet Airbnb, partager un trajet en voiture via le site de covoiturage Blablacar, louer la perceuse d'un voisin en passant par zilok.com … Bien qu'encore plus émergentes, ces pratiques de la « consommation collaborative » se multiplient et concernent les secteurs de plus en plus nombreux, du tourisme à l'alimentation en passant par les transports ou l'équipement de la maison.

Il n'existe pas de définition officielle de cette nouvelle forme de consommation, qui se diffuse en France depuis 2010. Ses contours sont encore flous, mais un point commun rassemble ces initiatives : elles privilégient l'usage du bien –autrement dit le service qu'elle offre – à sa propriété. (…) Louer un objet, le troquer contre un autre, l'acheter d'occasion ou le revendre sont autant de pratiques qui impliquent une distance au primat de la propriété. D'où le terme parfois utilisé « d'économie du partage ». S'y ajoute une dimension proprement « collaborative » quand le particulier-consommateur devient lui-même aussi fournisseur de biens et de services – voire producteur, quand il propose par exemple un service de transport ou d'hébergement.

« *La première motivation est d'abord économique* », affirme Philippe Moati, professeur d'économie et coprésident de l'Observatoire société et consommation (ObSoCo). La crise et l'érosion du pouvoir d'achat font du consommateur un chasseur de « bons plans ». (…) Ensuite vient la dimension de « lien social ». (…) Enfin, la satisfaction d'une consommation responsable, plus économe en ressources (…) « *La location, le don, le troc, l'échange, l'achat ou la vente en seconde main ne sont pas nouveaux. Mais le numérique leur donne une autre dimension, parce qu'il permet un effet de masse et une fluidité des échanges* », explique la journaliste Anne-Sophie Novel, auteure de La vie share. En effet, le modèle du C to C (du consommateur au consommateur) ou du peer to peer (de pair à pair) ne peut en réalité se passer d'intermédiaire : les plates-formes Internet, la plupart du temps lancées par des start-up, ont pour rôle de faire se rencontrer l'offre et la demande. Ces sites offrent aussi une des clés de la consommation collaborative : la confiance. Les évaluations en ligne, sous forme d'étoiles ou de commentaires que les participants s'attribuent mutuellement après la transaction, produisent ce qu'on appelle « l'e-reputation ». Sur ces bases se forme une communauté, dont le sentiment d'appartenance est un des effets secondaires de la consommation collaborative. Ainsi, ce mouvement répondrait à une aspiration à davantage de relation d'égal à égal, notamment pour échapper à l'emprise de marques ou de grandes enseignes à l'égard desquelles les consommateurs expriment de plus en plus de défiance. « *Mais ce n'est pas pour autant un rejet de la société d'hyperconsommation. Au contraire, globalement, cela permet de consommer autrement souvent de façon ludique pour consommer plus* », affirme Philippe Moati.
(…)

Les acteurs traditionnels inquiétés

Du côté des acteurs de l'économie traditionnelle, ces nouvelles pratiques inquiètent. Les secteurs les plus affectés sont le tourisme et les transports. (…) Les pouvoirs publics devraient aussi être amenés à se pencher sur la consommation collaborative. La question de la fiscalisation de tous ces particuliers qui font du commerce en ligne à petite échelle se pose en effet. Mais c'est surtout celle des intermédiaires dont les sièges ne se situent pas toujours en France, comme Carpooling installé à Munich (Allemagne) ou Airbnb basé à San Francisco (Etats-Unis).

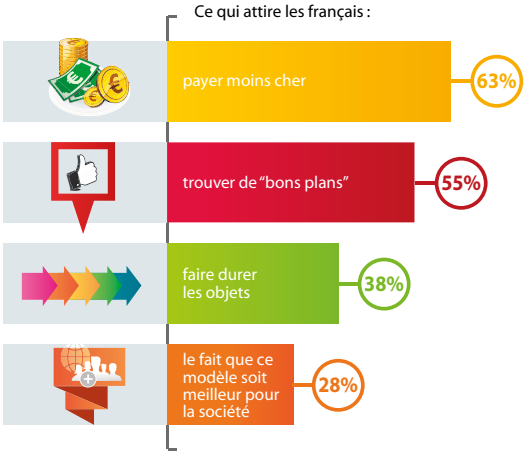
Autre problème : ces initiatives créent parfois des formes de concurrence déloyale avec les acteurs de l'économie traditionnelle, comme les hôteliers ou les loueurs de voiture qui, eux, sont soumis à des normes de sécurité et des charges sociales. Enfin, se poseront l'inévitablement des questions de protection des consommateurs : ils sont aujourd'hui sans recours lorsqu'ils ont affaire à des malversations dans le cadre de la consommation C to C. La loi sur la consommation adoptée début 2014 ne prévoit rien concernant la consommation collaborative. « Cette loi repose sur le modèle de consommation d'hier », souligne Philippe Moati. Dommage que l'occasion ait été manquée.

Claire ALET
Alternatives économiques, janvier 2014

8 français /10

pratiquent ou ont l'intention de pratiquer la consommation collaborative.

Il n'existe pas de profil type, mais les familles avec enfants sont majoritaires.



Source : Observatoire de la confiance de la Poste : les Français et la consommation collaborative / TNS Sofres novembre 2013

Consommation collaborative

Mots clés retenus

CONSOMMER « MIEUX »
Volonté d'optimiser ses dépenses, d'accéder à des produits de qualité, et d'avoir au travers de sa consommation un geste citoyen sur le plan environnemental et sociétal.
Derrière l'idée de « consommer mieux », il y a principalement l'envie de « n'acheter que des produits utiles », « de ne pas jeter des produits qui peuvent encore servir », « acheter des produits respectueux de l'environnement ».

L'observatoire des consommations émergentes / ObSoCo / 11/2013

DÉPOSSESSION
La dépossession est un des fondamentaux de la consommation alternative de demain, alors vendre des services, et non plus des produits, devient une alternative crédible pour les marques et distributeurs.

CETELEM, Consommation 2013

DE L'ABONNEMENT AU CONTRAT
Puisque le consommateur n'acquiert plus un droit de propriété, mais un droit d'usage limité dans le temps, un contrat le liant à un prestataire permet de lui garantir l'accès à un service dont le niveau de qualité a été prédéfini. Alors que dans un modèle classique de vente d'un bien, l'offreur s'engageait dans un contrat de moyen à très court terme, dans une approche d'économie de fonctionnalité, il accepte les clauses d'un contrat de résultat à moyen ou long terme, qui sécurise ainsi la satisfaction des besoins de ses clients.

http://www.paristechreview.com/2013/05/28/croissance-durable-economie-fonctionnalite/

PROSSOMATEURS
Sont ainsi appelés par Jeremy Rifkin, les consommateurs devenus des producteurs contributifs.

La nouvelle société du coût marginal zéro / J. Rifkin / 09/2014

PORTRAIT DU CONSOMMATEUR « COLLABORATIF » :
- Passera d'un système de possession à un système d'usage, de location, d'abonnement
- Continuera à hyper consommer tout en possédant moins de choses
- De simple acheteur, le consommateur deviendra pleinement acteur du marché : co-concepteur, co-producteur, interlocuteur direct de l'industriel, prestataire de biens et de services.

L'avènement de la consommation collaborative : quel modèle économique en France en 2030 ?

PORTRAIT DE LA DISTRIBUTION « COLLABORATIVE »
- Certains se positionneront sur les biens de consommation non imprimables et où les marques seront absentes ou non structurées pour s'adresser directement à leurs clients.
- Certains se reconvertiront en « Fab Lab » : rôle d'organiser la production et la diffusion des produits co-conçus par les consommateurs.
- D'autres deviendront des lieux dédiés à la consommation collaborative, lieux qui serviront de points de rencontre pour les échanges entre particuliers.

L'avènement de la consommation collaborative : quel modèle économique en France en 2030 / 04/2013

Pumpipumpe
L'objectif est de proposer des produits peu utilisés à ses voisins pour éviter qu'ils les achètent. Pumpipumpe prend la forme d'un réseau permettant aux voisins d'un même quartier de se prêter des biens entre eux. Pour participer, l'utilisateur doit seulement poser les autocollants des objets qu'il souhaite prêter sur sa boîte aux lettres.

www.pumpipumpe.ch

Pour aller plus loin…

L'Observatoire des consommations émergentes
L'ObSoCo, Vague 2,
11/2013

Observatoire Société et Consommation
http://www.lobsoco.com

Le consommateur européen en mode alternatif
L'Observatoire Cetelem 2013

L'avènement de la consommation collaborative : quel modèle économique en France en 2030 ?
iLokYou.com,
04/2013

Consommer autrement
Alternatives Economiques H.S. Poche n°68, *05/2014*

New Consumer and the sharing economy
Havas Worldwide, 08/2014
www.prosumer-report.com/blog/category/the-new-consumer-and-the-sharing-economy/

Blog de la consommation collaborative
http://consocollaborative.com

Pour aller plus loin…

Information Economique

Une information toujours disponible :

- Un fichier d'entreprises mis à jour quotidiennement
- Un marché, un secteur précis pour lesquels peut être assuré un sourcing
- L'environnement économique local
- Les foires et salons locaux, nationaux et internationaux.

Un suivi de l'actualité économique :

La CCI vous propose ses Lettres d'information

- **Lu pour vous cette semaine :** une synthèse de l'actualité locale des entreprises et des territoires vendéens
- **Pl@net :** revue de presse sur l'actualité du tourisme en Vendée et Pays de La Loire
- **Enquête de conjoncture :** tous les deux mois, enquête auprès des chefs d'entreprise sur leur situation économique
- **Tableau de bord :** chaque mois, analyse des principaux cours des marchés des matières premières et des indicateurs économiques vendéens

Contact :
Information Economique :
02 51 45 32 45
cie@vendee.cci.fr

Information Entreprises :
02 51 45 32 45
fichier.entreprise@vendee.cci.fr

Etudes :
02 51 45 32 24
attractivite.territoriale@vendee.cci.fr

Les précédents numéros

Retrouvez-les en libre téléchargement sur le site de la CCI :

- N°1 : Quels business pour demain ?
- N°2 : Capital humain : levier de performance ?
- N°3 : Internet : outil de proximité
- N°4 : Chasser en meute : les réseaux
- N°5 : Afficher sa différence par la marque
- N°6 : Made in... Où ?
- N°7 : Les Seniors : Marché d'avenir et enjeux
- N°8 : Mobilités : Nouvelles pratiques, nouveaux outils
- N°9 : Question de confiance
- N°10 : La relation client
- N°11 : Produit Intérieur Brut, Bonheur Intérieur Brut... a-t-on le choix ?
- N°12 : L'Allemagne... et alors ?
- N°13 : L'entreprise... au coeur de son territoire
- N°14 : L'intégration des jeunes dans l'entreprise
- N°15 : Transition énergétique : Urgence ?

Suivez-nous aussi sur…

Facebook, Twitter, Blogspot

CCI VENDÉE

16 rue Olivier de Clisson - CS 10049 - 85002 La Roche-sur-Yon Cedex - www.vendee.cci.fr

n° 16 - Décembre 2014 - L'économie collaborative... - 16, rue Olivier de Clisson - CS 10049 - 85002 La Roche-sur-Yon Cedex - Tél : 02 51 45 32 32 - Fax : 02 51 62 72 17 - Email : info@vendee.cci.fr - Site : www.vendee.cci.fr
Edité par la CCI Vendée - Directeur de Publication : Henri de L'ESPINAY - Comité de rédaction : O. Blouin, L. Chataigner, M. Garandeau, E. Malaboeuf, B. Moreau, C. Rambaud, Y. Verdon.
Maquette et mise en page : CCI Vendée - Crédit photos : CCI Vendée, Fotolia - Impression : Imprimerie Belz - Tirage : 2 500 exemplaires